

<<品牌策划36计>>

图书基本信息

书名：<<品牌策划36计>>

13位ISBN编号：9787503222962

10位ISBN编号：7503222964

出版时间：2004-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：邵春

页数：198

字数：100000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<品牌策划36计>>

内容概要

《品牌策划36计》跟外国人的书风格完全不一样，理论性的文字很多，例证也多为故事性质的。

<<品牌策划36计>>

作者简介

邵春，中国旅游报社副总编辑，高级编辑。
国家发改委投资所等单位特约研究员。
由国家权威资质评审委员会评定为注册策划师。

当过20多年记者，从事旅游业22年，主力过3个刊物，在国家旅游局负责过9年旅游市场开发调研工作，致力于市场营销和品牌策划研究，在全国各

<<品牌策划36计>>

书籍目录

序言 一 Milton.Kotler.Foreword 米尔顿·科特勒序言 二 一本应用理论的好书前言第一套 开金计——精诚所到，金石为开。

数千金拮据而成，数十金零星而尽。

第一计一兵伐谋 第二计逆流而上 第三计灵感追踪 第四计借势造势 第五计速度为王 第六计抢占高地第二套 补桶计 ——质有愚智，非学无以别其才；才有全编，非学无以成其用。

第七计自垒门槛 第八计更新理念 第九计厚积薄发 第十计增长补短 第十一计剔凿缺点 第十二计不与人争第三套 提水计 ——水平靠汲纳而提升。

智慧是经验的女儿。

第十三计宏观采气 第十四计微观求义 第十五计虚不恋战 第十六计借名扬名 第十七计移穗接砧 第十八计搭车远行第四套 救火计 ——困境是突围的学堂。

艰难困苦，玉汝于成。

第十九计化腐朽为神奇 第二十计点沙土为黄金 第二十一计变失误为财富 第二十二计置死地而后生 第二十三计退市中捕捉商机 第二十四计烫山芋变成香饽饽第五套 埋头计 ——学以染人，甚于丹青。

文以拙进，道以拙成 第二十五计逆向思维解读失败 第二十六计个性之中寻特性 第二十七计捅破一层窗户纸 第二十八计捻根绳子全顾客 第二十九计搞策划应抱大西瓜 第三十计三根筋拧成一股绳第六套 多思计 ——积学成宝，酌理富才。

为学之道，必本于思。

行成于思，毁于随。

第三十一计自勉：保持青蛙反应 第三十二计激励：不忘马氏理论 第三十三计管理：用活二八定律 第三十四计促销：用好环比分式 第三十五计牢记：成本放大法则 第三十六计调查：评估品牌价值附录 一 品牌建设的助推器 二 中日友好花为媒 三 一产歌使无锡名满东瀛 四 中国旅游品牌后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>